



## SESIÓN 23

Sistemas agroalimentarios y desarrollo económico: trayectorias, determinantes e impactos (desde 1850 hasta el presente)

---

### La “nueva batalla láctea” y el consumo excedente de alimentos en España (1990-2019)

COLLANTES, Fernando  
Universidad de Oviedo  
collantesfernando@uniovi.es

---

#### Abstract:

*Llegada la década de 1980, la población española había alcanzado un nivel de consumo de productos lácteos que le permitía finalmente situarse dentro del arco recomendado por los nutricionistas. La “batalla de la leche” a que se había referido el ministro franquista Alberto Ullastres en 1960 había concluido con victoria. Sin embargo, en los años siguientes los consumidores se embarcaron en una nueva “batalla”: sustituir la leche por derivados con mayor grado de procesamiento y precios superiores. ¿Cuáles fueron las causas? Los resultados de este artículo, que se enmarca en un enfoque de socioeconomía, muestran que el fortalecimiento del poder adquisitivo de los consumidores (causado por la mejora de su nivel de renta y la capacidad de la cadena láctea para reducir los precios al consumo) fue importante, pero aún más lo fue su entusiasta interés por las nuevas gamas y variedades que las industrias estaban lanzando para intentar revitalizar la demanda. La Gran Recesión y sus secuelas parecen haber enfriado esa orientación, si bien los consumidores han continuado realizando un “gasto excedente” apreciable y de dudoso valor en términos de salud nutricional.*

# I

Una triste ironía de la historia alimentaria desde la Segunda Guerra Mundial en adelante es el hecho de que, al tiempo que una legión de nutricionistas ha descubierto, etiquetado y entronizado la “dieta mediterránea” como caso ejemplar, los países mediterráneos se han apartado de la misma. Los primeros signos de este desvío comenzaron a manifestarse entre aproximadamente 1945 y 1980, durante el apogeo en todo el mundo desarrollado de lo que el economista Louis Malassis llama el modelo de consumo “agro-industrial de masas”. Los consumidores mediterráneos comenzaron entonces a realizar ingestas de energía que apuntaban hacia un horizonte de consumo excesivo. También abandonaron una parte de la tradicional base vegetal de su dieta por “modernos” ítems animales como la carne, la leche y los huevos. De este modo, aunque con mayor o menor fuerza persistían no pocos de los rasgos característicos de la dieta mediterránea (en especial, el predominio de las grasas de origen vegetal, como el aceite de oliva, sobre las de origen animal), podía percibirse una clara convergencia de los consumidores mediterráneos hacia el tipo de dieta que, para disgusto de los nutricionistas, venía triunfando en el resto del Norte global<sup>1</sup>.

Con todo, es en las últimas décadas cuando más estridente ha resultado el debilitamiento de la dieta mediterránea en su propio feudo histórico. La razón no es tanto que los consumidores hayan continuado buscando aumentos de su ingesta calórica o de su consumo de alimentos de origen animal, dos vectores de la llamada “transición nutricional” que en los países mediterráneos han dado tantas muestras de ir perdiendo potencia como en otras partes del mundo desarrollado<sup>2</sup>. La novedad, incluso más amenazante para la esencia de la dieta mediterránea tal y como esta fue “descubierta” en la posguerra, consiste en el creciente consumo de alimentos altamente procesados<sup>3</sup>.

También este cambio debe ponerse en el contexto del modelo de consumo alimentario que, de manera más general, comenzó a tomar forma en

---

<sup>1</sup> Malassis (1997), Nestle (2000), Cussó y Garrabou (2009), González de Molina *et al.* (2020), Pujol y Cussó (2014), Chiapparino (1995).

<sup>2</sup> Véase por ejemplo Delgado (2022) para el caso del consumo de carne en España.

<sup>3</sup> Cussó y Garrabou (2009), Díaz Méndez y Gómez Benito (2004).

el Norte global hacia 1980: un modelo cuyo motor principal eran las sustituciones cualitativas entre alimentos de un mismo grupo<sup>4</sup>. Los consumidores comenzaron a abandonar las variedades de alimentos en que habían apoyado su “transición nutricional” durante el periodo previo y, en su lugar, abrazaron otras variedades que tenían motivos para considerar superiores. Estas podían incluir alimentos orgánicos o de calidad diferenciada (por ejemplo con denominación de origen), pero también una gran variedad de alimentos altamente procesados que prometían un impacto positivo sobre la salud, una reducción del tiempo de preparación de las comidas, una experiencia sensorial más placentera o, simplemente, una novedad<sup>5</sup>. El efecto neto de esta oleada de cambios parece claro: tanto en el Mediterráneo como en el resto del Norte global, los consumidores pasaron a realizar un esfuerzo económico mayor, materializado en los “gastos excedentes” necesarios para realizar estas sustituciones cualitativas, para obtener a cambio una salud nutricional peor, como sugiere el aumento en la prevalencia de la obesidad o de enfermedades degenerativas relacionadas con la alimentación<sup>6</sup>. En la Europa mediterránea, la comparación con un pasado en el que un menor gasto en alimentación podía traducirse en una mayor salud nutricional resulta especialmente dolorosa, por lo cercana en el tiempo<sup>7</sup>.

Este artículo es una contribución al estudio de la discutible dirección que el consumo alimentario ha tomado en la Europa mediterránea en las últimas décadas. Se trata de un análisis detallado de un pequeño caso de estudio: el consumo de productos lácteos en España desde 1990 en adelante. El resto del artículo se organiza del siguiente modo. El apartado II contextualiza y justifica el caso de estudio. El apartado III presenta el marco conceptual, entroncado en la perspectiva de la socioeconomía, y las fuentes estadísticas en que nos apoyaremos. Los resultados se presentan en el apartado IV y se comentan en el apartado V a través de su inserción en una imagen más amplia de largo plazo. El trabajo se cierra preliminarmente con las conclusiones del apartado VI y, sobre

---

<sup>4</sup> Malassis (1997).

<sup>5</sup> Goodman y Redclift (2005), Pollan (2008).

<sup>6</sup> Oddy *et al.* (eds.) (2009).

<sup>7</sup> Cussó *et al.* (2018), Martínez-Carrión *et al.* (2018).

todo, con el planteamiento de algunas preguntas que se derivan de lo anterior y para las que aún no disponemos de respuesta.

## II

¿Por qué España y por qué los productos lácteos? El interés intrínseco del caso es notable, teniendo en cuenta que España es uno de los mayores países del arco mediterráneo y que los productos lácteos han sido repetidamente identificados como uno de los mejores ejemplos de dinámicas asociadas al nuevo modelo de consumo alimentario, como las sustituciones cualitativas, el giro hacia la calidad o el lanzamiento de nuevos productos caracterizados por un alto grado de procesamiento<sup>8</sup>. Más allá de esto, sin embargo, el caso de los lácteos en España es particularmente significativo porque ilumina con especial fuerza el impacto de los cambios de las últimas décadas en contraste con los que ya estaban teniendo lugar en las décadas de posguerra.

A diferencia de lo que ocurría en otros países mediterráneos, en España hacia 1950 o 1960 los productos lácteos eran poco importantes en la dieta. Como en todo el arco mediterráneo, se consumía poca leche líquida. Pero, a diferencia de lo que podía ocurrir en Italia con el queso o en Grecia con el yogur, esto no se compensaba con una fuerte cultura de consumo de otros productos lácteos. Una vez superada la crisis nutricional de la posguerra civil, a veces conocida como “los años del hambre”, el principal problema de salud nutricional a que se enfrentaban los españoles había pasado a ser la deficiencia de calcio<sup>9</sup>. En otras palabras, hacia 1950 o 1960 la dieta española no podía considerarse aún satisfactoria desde el punto de vista nutricional. Ese es el sentido en el que el ministro Alberto Ullastres, uno de los principales tecnócratas del desarrollismo franquista, podía rescatar la jerga mussoliniana para asegurar que en España “la batalla de la leche todavía está muy lejos de ser resuelta”<sup>10</sup>.

En las décadas siguientes, en cambio, el consumo de leche se masificó. La renta disponible de los consumidores aumentaba con rapidez. Se produjo una

---

<sup>8</sup> Velten (2010), Valenze (2011), Langreo (2005; 2006).

<sup>9</sup> Del Arco y Anderson (eds.) (2021), Cussó (2005).

<sup>10</sup> *Revista Española de Lechería* (1960: 206).

industrialización de la cadena productiva que, además de alejar el fantasma de las tensiones inflacionistas que podrían haberse derivado del fuerte aumento de la demanda, sirvió para mejorar la confianza de los consumidores en la leche líquida como producto. Llegada la década de 1980, todos los estratos de la sociedad española habían alcanzado ya un nivel de consumo lácteo que por fin les permitía situarse dentro del arco recomendado por los nutricionistas<sup>11</sup>. La “batalla de la leche” de Ullastres finalmente había concluido.

**Cuadro 1. Consumo de productos lácteos por persona y año**

	Leche líquida	Leche en conserva <sup>a</sup>	Queso	Mantequilla	Yogur <sup>b</sup>	Otros <sup>c</sup>
Consumo (kilogramos, salvo la leche líquida [litros])						
1990	100,0	1,4	5,1	0,1	7,1	3,3
2008	80,0	0,7	7,7	0,2	15,2	10,5
2019	69,3	0,6	7,8	0,3	14,4	12,6
Tasa de variación acumulativa anual (%)						
1990-2008	-1,2	-3,6	2,3	3,3	4,3	6,7
2008-2019	-1,3	-1,1	0,1	3,6	-0,5	1,7

*Fuente: Panel de Consumo Alimentario.*

*Notas:* <sup>a</sup> Leche evaporada, concentrada, condensada y en polvo; <sup>b</sup> Incluye todas las variedades de leche fermentada; <sup>c</sup> En su mayor parte, batidos de leche, batidos de yogur, helados y postres refrigerados diferentes de la leche fermentada.

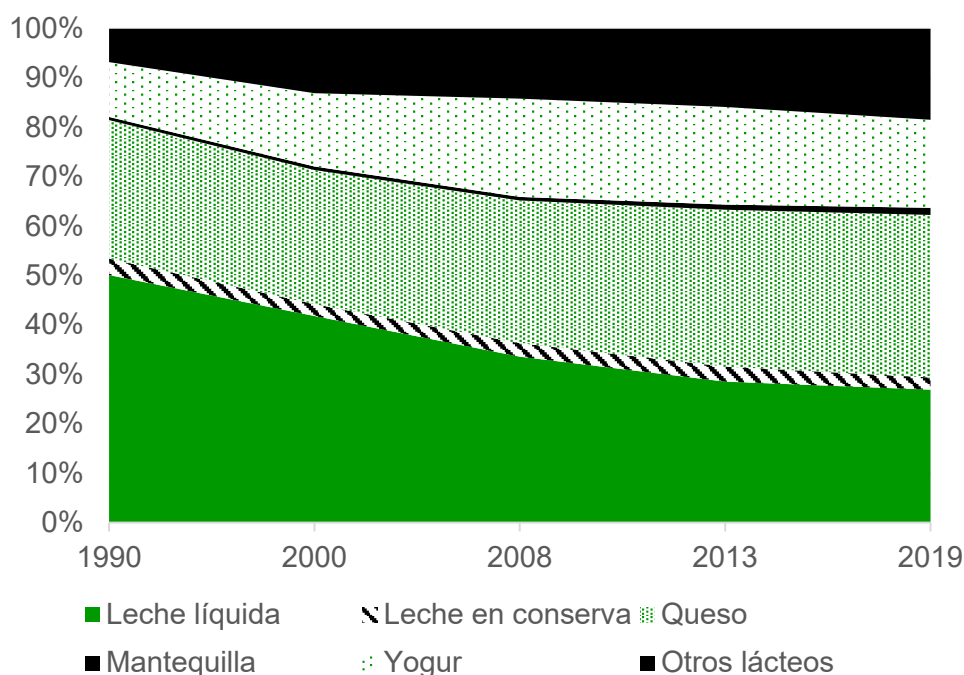
Pero desde 1990 en adelante los consumidores no dieron muestras de considerar que, parafraseando al Keynes de “Las posibilidades económicas de nuestros nietos”, su “problema lácteo” estuviera resuelto<sup>12</sup>. Sobre todo hasta el estallido de la Gran Recesión, se embarcaron en una nueva “batalla”, reorientando su consumo lácteo en diversas direcciones. La principal de estas fue la sustitución de la leche por derivados caracterizados por un mayor grado de procesamiento y por precios superiores (cuadro 1; figura 1). A tal fin, los consumidores movilizaron en el entorno de un 30-40 por ciento de “gasto excedente” con respecto a lo que habrían tenido que gastar en caso de haberse conformado con el patrón de consumo, nutricionalmente adecuado ya, alcanzado a finales de la década de 1980. Incluso a pesar de que, en fuerte

<sup>11</sup> Collantes (2019a).

<sup>12</sup> Keynes (1930).

contraste con lo ocurrido en las décadas previas, su ingesta física de productos lácteos tendía a moderarse, su gasto en los mismos se reactivaba (figura 2). La Gran Recesión cortó el ascenso de este gasto excedente, pero apenas lo revirtió. De hecho, el gasto excedente se mantuvo en niveles tan notables que las anómalas circunstancias de 2020 pudieron llevarlo a un máximo histórico. Aunque detrás del gasto excedente había leche orgánica, quesos con denominación de origen y otros estandartes del “giro hacia la calidad” con que a veces se identifica el modelo de consumo alimentario posterior a 1980, el grueso del gasto excedente tenía que ver con el creciente consumo de derivados altamente procesados, en especial yogures, otras leches fermentadas y una amplia gama de postres refrigerados (cuadro 2)<sup>13</sup>.

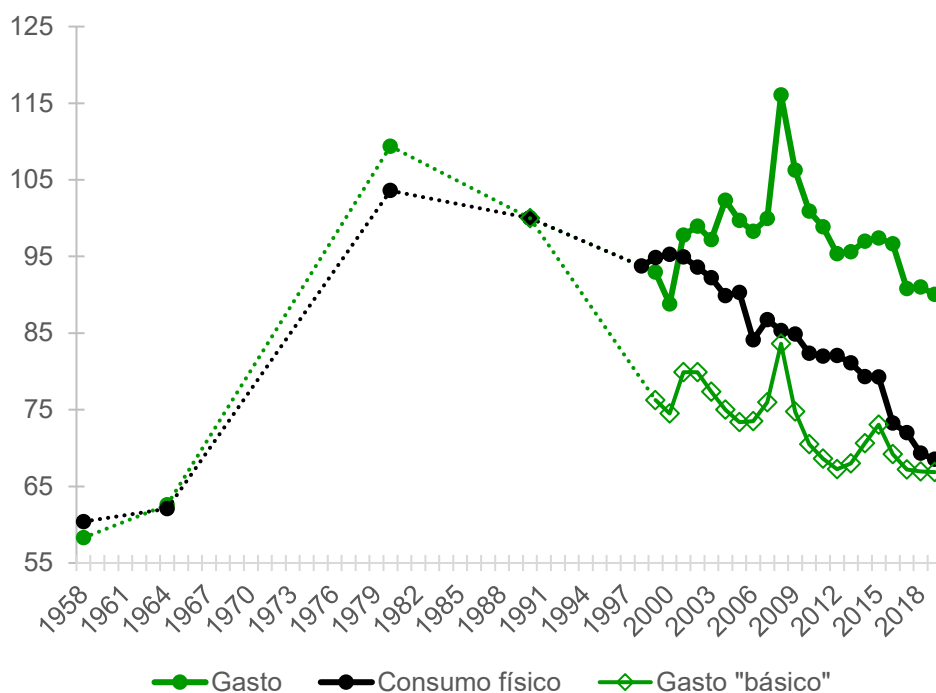
**Figura 1. Composición del gasto en consumo lácteo por productos (%)**



Fuente: Panel de Consumo Alimentario.

<sup>13</sup> Collantes (en prensa).

**Figura 2. Consumo físico de productos lácteos y gasto monetario lácteo en términos reales (1990=100)**



Fuentes: consumo y gasto hasta 1990: *Encuesta de Presupuestos Familiares*; gasto desde 1990 (total y "básico"): *Panel de Consumo Alimentario*.

**Cuadro 2. El gasto excedente y su composición por productos**

	1990	2008	2019
Gasto en lácteos (euros de 2019)			
Total	197,1	228,7	177,4
Básico	201,0	168,1	134,4
Excedente	-3,9	60,7	43,0
Total / Básico (%)	98	136	132
Composición (%) <sup>a</sup>			
Leche líquida		-20	-45
Leche en conserva		-9	-16
Queso		36	49
Mantequilla		1	4
Yogur		53	49
Otros		39	59
Total		100	100

Notas: <sup>a</sup>  $(G_i - B_i) / (G - B)$ , donde  $G_i$  y  $B_i$  son los gastos total y básico en el producto lácteo  $i$  y  $G$  y  $B$  los gastos total y básico en el conjunto de productos lácteos.

Fuente: *Panel de Consumo Alimentario*.

¿Por qué decidieron los consumidores españoles seguir este camino? Una parte de la respuesta, desde luego, tiene que ver con el modo en que las estrategias empresariales dieron forma al espacio de elección de los consumidores. A partir de aproximadamente 1990, la innovación de producto pasó a ser una fuente crucial de ventaja competitiva dentro de una industria láctea sometida a un horizonte de severo ajuste estructural como el que estaba comenzando a afectar a los ganaderos a resultas de la desaceleración de la demanda de leche líquida por parte de los consumidores<sup>14</sup>. Este trabajo se centra, sin embargo, en la parte de la respuesta que tiene que ver con los consumidores y el modo en que estos tomaron sus decisiones dentro de ese renovado espacio de elección.

### III

Malassis explica los cambios en el consumo alimentario a partir de cuatro grupos de factores: la capacidad de demanda, la capacidad de oferta, las condiciones objetivas del consumo y el entorno socio-cultural. En el caso concreto del modelo de consumo que fue tomando forma a partir de 1980, por ejemplo, Malassis alude al creciente nivel de renta de los consumidores, la también creciente capacidad productiva de un sistema alimentario altamente capitalizado y orientado hacia las innovaciones de producto, las transformaciones en la organización doméstica (por ejemplo, el aumento de la tasa de actividad femenina como inductor de una mayor demanda de platos preparados), y unas preferencias de los consumidores orientadas hacia la realización de sustituciones cualitativas entre alimentos de distinta gama dentro de un mismo grupo<sup>15</sup>.

Aunque Malassis no hace explícito el encuadre teórico de su propuesta, esta se inscribe en un espacio de confluencia entre la economía política clásica, la economía institucionalista, la sociología económica y la economía evolutiva. Las capacidades de demanda y oferta son reminiscentes del planteamiento clásico, en el que la renta disponible por parte de los consumidores está en

---

<sup>14</sup> Este tema se estudia detalladamente en Collantes (2022).

<sup>15</sup> Malassis (1997).



tensión con el valor hacia el que tienden las distintas mercancías en función de sus condiciones de producción<sup>16</sup>. Esta tensión, a su vez, se desarrolla dentro de un espacio delimitado por los factores sociales y culturales que modelan las estrategias y objetivos de los consumidores. Aunque podemos encontrar referencias esporádicas a esta perspectiva ya en los clásicos, la asociación más directa aquí es con los economistas institucionalistas y los sociólogos económicos: los comportamientos individuales se encuentran enraizados en una matriz de relaciones sociales que preexiste a cualquier individuo, condicionando su comportamiento y, al mismo tiempo, dependiendo de los diversos comportamientos individuales para su reproducción o transformación<sup>17</sup>. Por último, la atención concedida al modo en que distintos factores explicativos co-evolucionan, condicionándose entre sí pero manteniendo un apreciable grado de autonomía relativa, también sitúa la propuesta de Malassis en la órbita de la economía evolutiva. En especial en su rama schumpeteriana, la economía evolutiva explica el cambio económico como resultado de la combinación históricamente contingente de los desarrollos en esferas relativamente autónomas entre sí, lo cual genera una secuencia temporal de equilibrios puntuados y periodos estructurales no muy diferente de la que Malassis propone con sus modelos de consumo alimentario<sup>18</sup>.

Nuestra estrategia empírica para aplicar este marco conceptual se desarrolla en dos niveles. El primero de ellos, que es el que se encuentra mejor resuelto en la versión actual de este trabajo, consiste en cuantificar la capacidad de demanda del consumidor, medida a través de su nivel de renta, y la capacidad de oferta de la cadena láctea en tanto en cuanto esta se refleja en los precios al consumo de los productos. Como planteábamos en el apartado II, otra importante dimensión de la capacidad de oferta, como es la dirección tomada por las innovaciones de producto y la consiguiente definición del espacio de elección de los consumidores, queda fuera de este análisis y es objeto de estudio

---

<sup>16</sup> Roncaglia (2005), Martins (2014). Estos autores, inscritos en la tradición sraffiana de interpretación de la historia del pensamiento económico, inciden en la brecha que separa estos planteamientos del posterior planteamiento neoclásico, en el que los precios se explican como resultado de la escasez.

<sup>17</sup> Tanto Hodgson (1998), entre los institucionalistas, como Granovetter (1985), entre los sociólogos económicos, subrayan el contraste entre este planteamiento y lo que el segundo de ellos llama el "individuo infrasocializado" de la economía neoclásica.

<sup>18</sup> Freeman y Louçã (2001), Ljungberg (ed.) (2016).

por separado en otro trabajo paralelo. La cuantificación de los niveles de renta y precios nos proporcionará una medida del poder adquisitivo de los consumidores para comprar los distintos productos lácteos.

El segundo nivel de análisis es de carácter más cualitativo y considera la mayor o menor sensibilidad del comportamiento de los consumidores ante variaciones en su poder adquisitivo. Aquí es donde entran en juego desde las influencias sociales y culturales sobre la formación de preferencias hasta los impactos de cambios más amplios en el estilo de vida de las familias. Poniendo los cambios en el consumo en relación con los cambios en el poder adquisitivo, obtenemos un factor de respuesta del consumidor para los distintos productos lácteos, lo cual nos abre la puerta al manejo de información cualitativa para comprender por qué el factor de respuesta es mayor o menor según el tipo de producto, el perfil de consumidor o la coyuntura temporal en que nos encontremos. En la versión actual del trabajo, este análisis cualitativo se encuentra en gran medida por hacer aún.

La principal fuente en que se apoya el trabajo cuantitativo es el *Panel de Consumo Alimentario* que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación puso en marcha en 1987. No se trata de una fuente perfecta: las empresas a las que el Ministerio ha ido subcontratando la realización del *Panel* no han realizado una labor tan pulcra y consistente a lo largo del tiempo como la que desde 1958 venía desarrollando el Instituto Nacional de Estadística desde 1958 con sus *Encuestas de Presupuestos Familiares*. De hecho, en este trabajo retendremos los datos de las *Encuestas* para proporcionar la imagen de largo plazo en la que posicionar las dinámicas de las últimas tres décadas. Sin embargo, el *Panel* ofrece una imagen que en general está bien alineada con la de las *Encuestas* y, a diferencia de estas, nos permite alcanzar un mayor grado de desagregación por productos, lo cual es clave para identificar las diferencias cualitativas entre productos de un mismo grupo que subyacen a nociones como consumo y gasto excedentes. En cuanto a las fuentes cualitativas, nos apoyaremos sobre todo en las revistas profesionales del sector, en especial la *Revista Española de Lechería e Industrias Lácteas Españolas*. En la versión actual de este trabajo, con todo, no ha sido posible avanzar mucho en esa dirección.

Centrándonos en el ámbito cuantitativo, es necesario realizar algunas aclaraciones adicionales. Las nociones de consumo y gasto excedente, en las

que nos apoyamos en algunos momentos del trabajo, se hacen operativas como la diferencia entre el consumo lácteo total y una cesta básica de consumo lácteo que definimos como aquella a la que accedía el consumidor medio hacia 1990 y que, como se ha señalado, era ya satisfactoria desde el punto de vista nutricional. Para medir el gasto hipotético en la cesta básica a lo largo del tiempo, hemos imaginado un escenario contrafactual en el que los consumidores no alteran sus cantidades consumidas y simplemente las compran a los precios efectivamente vigentes en cada momento<sup>19</sup>.

A lo largo del trabajo favorecemos el uso de periodos largos en los que se manifiestan con más claridad las variaciones de fondo en los factores que influyen sobre el consumo alimentario. Estos periodos largos son 1990-2008 y 2008-2019, es decir, un primer periodo marcado por un apreciable y generalizado crecimiento de la renta de los consumidores y un segundo compuesto por la Gran Recesión y sus secuelas. Las fuentes permiten realizar un tratamiento de más corto plazo (incluso anual en no pocos aspectos), pero los resultados son menos concluyentes porque no está claro hasta qué punto los consumidores de productos tan cotidianos como los lácteos responden ante breves alteraciones de las condiciones de demanda o, por el contrario, apoyan buena parte de su comportamiento a muy corto plazo en la inercia y el hábito. En parte por ello, tomamos 2019 como punto final del análisis: los resultados para 2020 muestran algunas dinámicas que parecen íntimamente conectadas a las muy peculiares circunstancias del confinamiento y de las restricciones aplicadas al sector hostelero. En algún momento distinguiremos entre la Gran Recesión propiamente dicha (2008-2013, años durante los cuales la renta del consumidor medio cayó con fuerza) y sus secuelas (2014-2019, cuando la renta volvió a crecer moderadamente), pero en general tenderemos a considerar un único periodo marcado por una caída generalizada de la renta de los consumidores (en 2019, esta continuaba siendo inferior con cierta claridad a la de 2008).

Aclaremos finalmente que el trabajo se centra por el momento en aquel consumo de productos lácteos que se realizaba en el hogar. Es cierto que, en principio, el *Panel* tiene la ventaja frente a la *Encuesta* de ofrecer estimaciones del consumo realizado en cafeterías, restaurantes, hoteles, comedores

---

<sup>19</sup> Esta opción es documentada y justificada en Collantes (en prensa).

colectivos y demás focos de consumo extradoméstico. Sin embargo, esta ha sido siempre la parte menos fiable del *Panel*, como de hecho sugieren los apreciables cambios de metodología que han venido produciéndose en los últimos tiempos, en especial a partir de 2007. La metodología actual, que ha completado una deseable transición desde lo que compran los establecimientos hosteleros a sus distribuidores hacia lo que realmente compran los consumidores en dichos establecimientos, está disponible solo para los últimos años y plantea problemas de difícil resolución a la hora de establecer comparaciones con la mayor parte de la serie histórica, especialmente antes de 2007. Su grado de desagregación por productos es, con todo, bajo. Considerado todo, hemos optado por no incluir en el análisis consumo extradoméstico, que de todos modos parece haberse movido sin tendencias bruscas en torno a un modesto 10-15 por ciento del consumo total.

#### IV

La capacidad de demanda y la capacidad de oferta, por emplear los términos de Malassis, evolucionaron de manera muy favorable para que los consumidores pudieran definir nuevos objetivos lácteos. Esto fue más cierto en algunos periodos que en otros, y para algunos productos más que para otros, pero en general los consumidores pasaron a disponer de un poder adquisitivo fortalecido desde el que afrontar, si así lo deseaban, una nueva “batalla láctea”.

Salvo por un breve paréntesis recesivo a comienzos de la década de 1990, la economía española creció a un ritmo apreciable durante los veinte años previos a la Gran Recesión, consolidando un modelo productivo basado en el binomio construcción-finanzas como reemplazo al modelo basado en la industria que había prevalecido hasta mediados de la década de 1970<sup>20</sup>. Buena parte de este crecimiento se transfirió a los consumidores a través de una mayor renta disponible, sin perjuicio de que, como en otros episodios similares, el peso de la formación de capital dentro del PIB tendiera a aumentar, como también lo hizo el gasto público en el marco del desarrollo (un tanto tardío en España) del Estado

---

<sup>20</sup> Collantes (2017).

del bienestar<sup>21</sup>. Si al comienzo del periodo la renta disponible por unidad de consumo estaba algo por encima de los 14.000 euros (constantes de 2019), a las puertas de la Gran Recesión había superado ya los 19.000 euros.

Además, el precio relativo de los productos lácteos tendió a caer (cuadro 3). La cadena productiva se encontraba ya apreciablemente capitalizada, y aún pasó a estarlo más conforme fue avanzando el periodo. De la mano en gran medida de innovaciones biológicas, la capacidad productiva de cada vaca lechera continuó creciendo. Las industrias transformadoras, por su parte, se movieron de las innovaciones de proceso que habían pautado su crecimiento durante la era de la masificación (por ejemplo, la incorporación de máquinas pasteurizadoras o mejores envases para la leche UHT) hacia innovaciones de producto (la amplia gama de derivados lácteos que proponían a los consumidores realizar un gasto “excedente”), pero rápidamente fueron capaces de ofrecer estas novedades a precios asequibles. Los supermercados e hipermercados, por último, lograron erigirse en la forma minorista dominante y se embarcaron en una tensa competencia oligopolística que los llevó a desarrollar diversas estrategias para presionar los precios al consumo a la baja. Entre estas se encontraban la utilización de su poder de mercado para contraer los márgenes de beneficio de las industrias y los ganaderos, la venta de productos lácteos a precios inferiores a su coste (convirtiendo a estos en “gancho” para atraer clientes al establecimiento) y, con el tiempo, la creación de marcas de distribuidor (las coloquialmente denominadas “marcas blancas”) caracterizadas por precios inferiores a los de las tradicionales marcas de productor. Además, todos los segmentos de la cadena láctea se vieron sometidos a un severo ajuste estructural que condujo a la desaparición de numerosos ganaderos, industriales y minoristas y a la concentración de la actividad en una cantidad cada vez menor de actores altamente especializados y productivos<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Prados de la Escosura (2017).

<sup>22</sup> Langreo (2005; 2006), Collantes (2019b).

**Cuadro 3. Tasas de variación acumulativa anual (%) de la renta, los precios y el poder adquisitivo lácteo**

	Periodos cortos				Periodos largos	
	1990-2000	2000-2008	2008-2013	2013-2019	1990-2008	2008-2019
Renta <sup>a</sup>	1,7	1,7	-3,8	2,1	1,7	-0,6
Precios <sup>b</sup>						
Leche	-2,9	3,4	-5,5	-0,8	-0,1	-3,0
Queso	-2,5	0,3	-2,7	0,1	-1,3	-1,2
Yogur	-3,5	4,2	-4,4	-1,5	-0,1	-2,8
Otros	-4,8	2,8	-3,2	-0,2	-1,5	-1,6
Poder adquisitivo <sup>c</sup>						
Leche	4,6	-1,8	1,7	3,0	1,8	2,4
Queso	4,2	1,3	-1,1	2,0	3,0	0,6
Yogur	5,2	-2,5	0,6	3,6	1,8	2,2
Otros	6,5	-1,1	-0,6	2,4	3,2	1,0

*Notas:* <sup>a</sup> Renta disponible por unidad de consumo (euros de 2019); <sup>b</sup> Precio nominal deflactado por el Índice de Precios al Consumo (euros de 2019); <sup>c</sup>  $r(PA) = r(Y) - r(P)$ , donde  $r$  son tasas de variación acumulativa anual,  $PA$  es el poder adquisitivo,  $Y$  es la renta y  $P$  son los precios.

*Fuentes:* renta 1990-2008: *Contabilidad Nacional de España*; renta 2008-2019: *Encuesta de Condiciones de Vida*; precios: *Panel de Consumo Alimentario*.

Es cierto que la caída de los precios relativos hecha posible por estas transformaciones de fondo en la cadena productiva fue especialmente clara durante los años noventa. Hacia el cambio de milenio la caída de precios comenzó a amortiguarse, mientras que en los años inmediatamente anteriores a la Gran Recesión llegó a registrarse un alza transitoria pero significativa de dichos precios. Una parte de este cambio de tendencia puede ser un simple efecto estadístico de la incorporación de nuevas y más caras variedades de leche, queso o postres refrigerados a la cesta de la compra de una proporción cada vez mayor de hogares. Con todo, incluso la cesta “básica”, tal y como hemos venido definiéndola en este trabajo (es decir, la combinación de productos lácteos que se consumía en 1990), se encareció en los años previos a la Gran Recesión. Una causa transitoria pero potente fue el enrarecimiento del mercado internacional de los cereales y otros productos agrarios básicos entre 2007 y 2009. El tirón de demanda de los países emergentes, la reconversión de superficies agrarias hacia la producción de biocombustibles y la especulación financiera provocaron alzas repentinas en los precios que se transmitieron a los precios españoles de la leche a través de su impacto sobre el coste de la

alimentación animal. Con todo, incluso en su pico local de 2008, los precios al consumo de todos los productos lácteos habían pasado a ser ya inferiores a los de 1990, salvo en el poco relevante y muy heterogéneo caso de la leche en conserva. Incluso entre los yogures y resto de postres refrigerados, en los que el mero lanzamiento de nuevas variedades de mayor precio estaba llamado a presionar al alza el precio medio del grupo, este último era en 2008 inferior al de 1990.

La Gran Recesión tuvo un impacto particularmente severo sobre la economía española. El pinchazo de la burbuja financiera e inmobiliaria abrió un periodo de cinco años marcado por el desplome de la inversión, la caída del PIB per cápita, el aumento del desempleo y una notable desestabilización de la vida social y política del país<sup>23</sup>. Para 2013, el consumidor medio, con una renta disponible inferior a los 16.000 euros, había perdido la mayor parte de las ganancias de ingreso experimentadas durante el periodo 1990-2008. Es cierto que, pasados estos cinco años críticos, la economía española volvió a crecer con cierta rapidez y, de su mano, también lo hizo el ingreso del consumidor medio. Con todo, a la altura de 2019 este todavía no había recuperado su nivel pre-crisis y a duras penas superaba los 18.000 euros anuales.

Sin embargo, así como la Gran Recesión amenazó de manera directa y notoria la capacidad de demanda de los consumidores, las tendencias de fondo en la capacidad productiva de la cadena láctea seguían haciendo posibles reducciones en los precios relativos. Las innovaciones tecnológicas, en especial las que potenciaban el rendimiento productivo de las vacas lecheras, continuaban combinándose con un ajuste estructural aún más duro, conforme los supermercados reaccionaron ante la caída de la renta de la mayor parte de hogares desarrollando estrategias aún más orientadas hacia la contracción de los precios<sup>24</sup>. Además, durante los peores años de la Gran Recesión, los consumidores lácteos pudieron beneficiarse de la rápida corrección del alza transitoria de costes y precios que se había registrado en 2007 y 2008. Una vez absorbido el efecto de esta corrección, los precios relativos de los productos lácteos dejaron de caer con tanta rapidez, pero en cualquier caso continuaron inscritos en una tendencia descendente de más largo plazo. La capacidad de

---

<sup>23</sup> Maluquer de Motes (2013).

<sup>24</sup> Langreo y García-Azcárate (2021).

oferta de una cadena productiva altamente capitalizada y expuesta a un exigente ajuste estructural estaba fuera de duda.

El resultado combinado de estas tendencias en capacidad de demanda y capacidad de oferta fue una mejora sustancial del poder adquisitivo de los consumidores para comprar productos lácteos (cuadro 3). Entre 1990 y 2008, el aumento de la renta disponible tiró de dicho poder adquisitivo y, en casos como los del queso y los “otros” productos lácteos (básicamente, postres refrigerados diferentes del yogur), se vio complementado por la reducción de precios. Entre 2008 y 2019, la reducción de precios fue tan sustancial que compensó con cierta holgura el deterioro que la Gran Recesión provocó en el nivel de renta de los consumidores. Es cierto que hubo momentos y casos en los que esta mejora del poder adquisitivo se vio temporalmente interrumpida o revertida, sobre todo cuando en los años inmediatamente anteriores a la Gran Recesión los aumentos de renta no llegaban a compensar el alza transitoria de los precios (sobre todo, de la leche y el yogur) o cuando ya durante la recesión los precios de algunos productos (como el queso o los postres refrigerados) no cayeron con tanta rapidez como para compensar el desplome de la renta. Sin embargo, más allá de estas coyunturas a corto plazo, la imagen general que emerge es la de un consumidor cuyo poder adquisitivo lácteo mejoró con mucha claridad, primero gracias sobre todo al aumento en su nivel de ingreso y más adelante (tras la Gran Recesión) gracias sobre todo a la reducción de los precios relativos.

¿Qué uso hicieron los consumidores de ese poder adquisitivo fortalecido? Como hemos señalado al comienzo, hacia 1990 su cesta de la compra láctea era en términos generales satisfactoria desde el punto de vista nutricional. ¿Hasta qué punto se mostraron proclives a utilizar este mayor poder adquisitivo para introducir cambios en dicha cesta? Los factores de respuesta para periodos largos sugieren que esta sensibilidad varió mucho de producto a producto (cuadro 4). Entre 1990 y 2008, los productos estrella fueron los yogures y el resto de postres refrigerados, cuyo consumo creció dos veces más rápido de lo que lo hizo el poder adquisitivo de los consumidores. Estos también aprovecharon para expandir su consumo de queso, si bien de una manera menos sensible a la mejora de poder adquisitivo que habían experimentado. En cambio, el consumo de leche cayó a pesar de que las posibilidades económicas de comprarla por parte de los consumidores se habían expandido notablemente. Conforme los



consumidores fueron ganando en poder adquisitivo lácteo, por lo tanto, sus preferencias los llevaron a aprovechar la ocasión para expandir los consumos de yogures, postres refrigerados y (en menor medida) queso, al tiempo que reducían su consumo de leche líquida.

**Cuadro 4. Factor de respuesta del consumo ante cambios en el poder adquisitivo<sup>a</sup>**

	Periodos cortos				Periodos largos	
	1990-2000	2000-2008	2008-2013	2013-2019	1990-2008	2008-2019
Leche	0,00	1,55	-0,90	-0,38	-0,68	-0,55
Queso	0,26	2,92	-0,77	-0,26	0,78	0,14
Yogur	1,05	-1,18	0,88	-0,34	2,36	-0,21
Otros	1,68	-1,52	-2,47	0,76	2,10	1,75

*Nota:* <sup>a</sup>  $r(C) / r(PA)$ , donde  $r$  son tasas de variación acumulativa anual,  $C$  es el consumo físico y  $PA$  es el poder adquisitivo.

*Fuente:* cuadros 1 y 3.

La Gran Recesión y su epílogo presenciaron una cierta reorientación de las preferencias de los consumidores. Como vimos, el poder adquisitivo lácteo de estos tendió a fortalecerse más que a debilitarse. Sin embargo, tan solo los que venimos llamando “otros lácteos”, básicamente derivados altamente procesados de última generación, continuaron suscitando entre los consumidores un interés remotamente comparable al del periodo 1990-2008. Mientras la leche continuaba siendo un producto del que los consumidores se alejaban por más que las restricciones presupuestarias se suavizaran, los factores de respuesta del consumo de queso y yogur caían sustancialmente. En el caso particularmente llamativo del yogur, un producto que había sido punta de lanza de la renovación de la cesta de consumo antes de la Gran Recesión ahora suscitaba un abandono reminiscente del que previamente había comenzado a tener lugar para el caso de la leche (punta de lanza de la oleada masificadora de las décadas de 1960 y 1970).

Estos periodos largos nos permiten percibir las dinámicas de fondo con más claridad que los periodos cortos para los que también podemos calcular factores de respuesta. Hay que tener en cuenta que la interpretación de estos factores es más intuitiva cuando el poder adquisitivo cambia de manera

homogénea a lo largo del arco temporal de comparación. En los periodos cortos, sin embargo (y como vimos), hay algunas coyunturas y productos en los que el poder adquisitivo cae transitoriamente. En esos casos, salvo que los consumidores decidan ajustar su comportamiento con rapidez, los factores de respuesta tenderán a mostrar una trayectoria más errática o de interpretación menos intuitiva. Por ejemplo, en los años inmediatamente anteriores a la Gran Recesión, cuando el poder adquisitivo para comprar la mayor parte de lácteos se deterioró, los consumidores continuaron embarcados de manera aparentemente impasible en las mismas tendencias de los años noventa: reducir el consumo de leche y aumentar el de derivados, con la consecuencia de que el signo de la mayor parte de factores de respuesta se invirtió. En el caso de los yogures y los postres refrigerados, el paso a factores de respuesta negativos no refleja una pérdida de interés en el producto, sino más bien todo lo contrario: que ni siquiera un deterioro transitorio en el poder adquisitivo de los consumidores movía a estos a ajustar sus decisiones y ralentizar o detener su transición hacia una nueva cesta de la compra. De manera análoga podemos interpretar la igualmente transitoria conversión de la leche en un producto con factor de respuesta positivo: que la leche hubiera entrado previamente en factores negativos no quería decir que estuviéramos ante un “bien inferior” al que los consumidores regresarían en caso de que sus circunstancias económicas empeoraran; como ahora se comprobaba, era simplemente un bien por el que los consumidores habían perdido el interés.

Un análisis por periodos más largos, al proporcionar un espacio de comparación más homogéneo (con ganancias de poder adquisitivo generalizadas), nos muestra con mayor claridad en qué consiste (y en qué no) la ruptura introducida por la Gran Recesión. La recesión desde luego indujo un deterioro apreciable del ingreso disponible que, a la altura de 2019, aún no había sido recuperado. Pero, al menos en lo que se refiere a los lácteos, este golpe fue más que compensado por el abaratamiento de los mismos. Si muchos hogares tuvieron que ajustar su comportamiento a raíz de la recesión, el ajuste estructural que se abría paso en la cadena productiva venía con una notable inercia previa y era probablemente más profundo e implacable. Ahora bien, la recesión sí pudo tener un impacto muy notable sobre las predisposiciones y preferencias de los consumidores. De algún modo, la recesión, al obligar a numerosos hogares a

repensar el conjunto de sus decisiones de consumo, reorientó las preferencias lácteas en un sentido más sobrio. El entusiasmo con que hasta entonces los consumidores habían hecho sitio en su cesta de la compra para más queso y (sobre todo) más yogures y postres refrigerados, ignorando alegremente (si hacía falta) las coyunturas en que su poder adquisitivo para comprar estos productos se deterioraba, se vio reemplazado por una predisposición más tibia, en especial en los casos del queso y el yogur.

## V

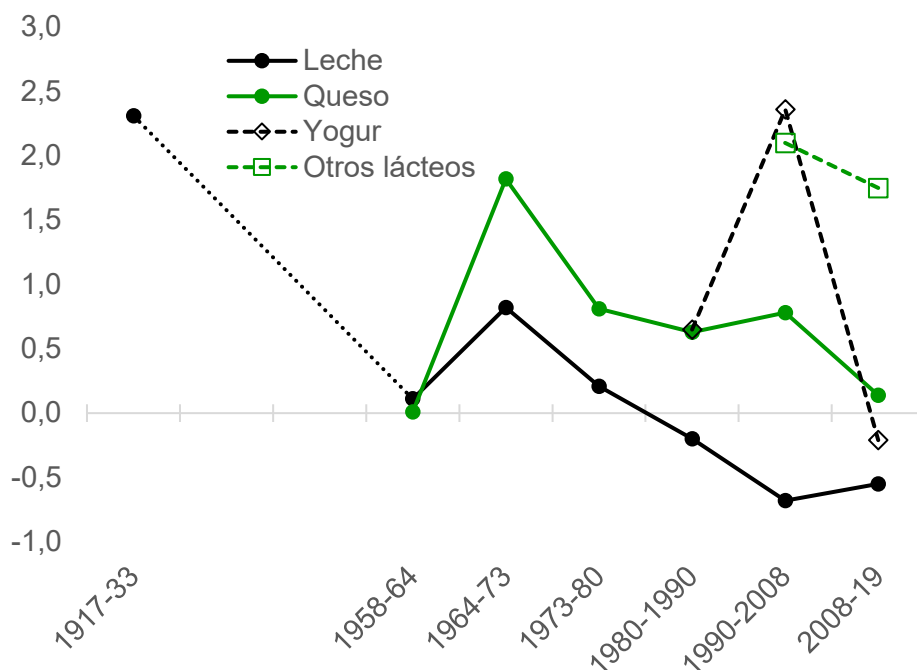
Si posicionamos estos factores de respuesta en una perspectiva histórica más amplia, podemos percibir el despliegue de una nueva oleada de consumo lácteo que, en cierto sentido, emuló a la oleada digamos “clásica” que se desplegó durante la mayor parte del siglo XX (figura 3). La oleada clásica se había apoyado sobre un largo y accidentado ciclo de vida de la leche como producto de consumo masivo<sup>25</sup>. En los inicios de este ciclo de vida, en las décadas previas a la Guerra Civil, el consumo de leche, incluso aunque estuviera apreciablemente circunscrito a ciertas regiones y grupos sociales, crecía con mucha más rapidez que el poder adquisitivo del consumidor medio. El camino estaba preparado para una gradual masificación de su consumo a lo largo y ancho del territorio y la pirámide social, pero las dificultades de la guerra y la posguerra interrumpieron el proceso. Más allá de obstáculos genéricos como la caída de la renta disponible y su lenta recuperación, se manifestaron también obstáculos específicos al sistema lácteo, en especial la falta de confianza de los consumidores en la leche cruda, dominante hasta entrados los años sesenta. La masificación del consumo de leche se produjo a partir de mediados de dichos años sesenta, no solo porque aumentara la renta disponible o porque la industrialización de la cadena productiva permitiera suavizar tensiones inflacionistas, sino también porque la disponibilidad de leche pasteurizada y UTH hizo que los consumidores recuperaran interés por el producto. Conforme la masificación fue abriéndose paso, los consumidores fueron moderando su

---

<sup>25</sup> Collantes (2019a; 2020).

interés por el producto: la “batalla de la leche” había concluido. Las tendencias posteriores a 1990 nos muestran que los consumidores incluso fueron perdiendo el interés en el producto, desandando una parte del camino previo.

**Figura 3. Factores de respuesta del consumo de productos lácteos**



Fuentes: 1917-1990: Collantes (2020: 293); 1990-2019: cuadro 4.

Pero, mientras el ciclo de vida de la leche entraba en fase terminal ya en las décadas previas a la Gran Recesión, el de los yogures y los postres refrigerados entraba en una fase floreciente. El consumo de estos productos alcanzaba por entonces factores de respuesta comparables a los de la leche antes de la Guerra Civil. Se trataba de bienes nuevos o, cuando menos, de bienes cuya escala de gamas y variedades estaba renovándose con rapidez. Su consumo aumentaba mucho más de lo que lo hacía el poder adquisitivo de la población. En el caso de los yogures, estas innovaciones de producto probablemente explican por qué el modesto factor de respuesta de los años ochenta se disparó como lo hizo a partir de los noventa: aunque el ciclo de vida de los yogures más sencillos estaba bastante maduro a la altura de 1990, las variedades más sofisticadas aún tenían un recorrido largo por delante. Incluso el queso experimentó, aunque fuera a otro nivel, un aumento en su factor de respuesta. El ciclo de vida de los quesos más comunes, que había seguido una

trayectoria bastante convencional desde los altos factores de respuesta de la época de la masificación a una apreciable moderación de los mismos ya en los años ochenta, podía verse ahora acompañado por la emergencia de ciclos de vida más vigorosos por parte de nuevas variedades de queso, tanto nacional como de importación.

Para cuando estalló la Gran Recesión, esta nueva “batalla láctea” en que estaban embarcándose los consumidores probablemente tenía camino por delante. De hecho, ya hemos visto que, en los años inmediatamente anteriores a la recesión, ni siquiera las coyunturas desfavorables para el poder adquisitivo de los consumidores desinflaban su predisposición a comprar más derivados, en especial yogures y postres refrigerados. Además, hacia 2008 todavía estaban lejos de haberse cerrado las brechas sociales con que se había ido abriendo paso el nuevo modelo de consumo<sup>26</sup>. A diferencia de lo que ocurría con la leche hacia 1980 o 1990, los grupos de menor estatus aún no habían completado su convergencia con los de mayor estatus. La “nueva batalla láctea” podría haberse desplegado durante más tiempo y de manera más profunda, pero, del mismo modo que la masificación de la leche se vio interrumpida por la Guerra Civil, la nueva batalla se vio fuertemente condicionada por la Gran Recesión.

Todo apunta a que el impacto fundamental de la recesión no fue tanto el que se manifestó de manera directa a corto plazo: la merma en el nivel de renta de los consumidores. Este impacto, al fin y al cabo, fue con el tiempo más que compensado por las caídas de precios al consumo que continuaban produciéndose, y más si cabe en el marco de la corrección de los desajustes globales transitorios que se habían registrado en los años inmediatamente anteriores a la recesión. Si la crisis económica condujo a un rápido aterrizaje de la oleada de consumo lácteo que había venido forjándose a lo largo de las dos décadas previas, fue sobre todo porque alteró las preferencias y orientaciones de los consumidores. Estos decidieron dejar de seguir canalizando con tanto entusiasmo como en el pasado reciente sus aumentos de poder adquisitivo lácteo hacia la (supuesta) sofisticación de su cesta de consumo. Se necesita más investigación sobre las causas por las que ello fue así, desagregando los resultados que hemos presentado aquí en función de diferentes perfiles de

---

<sup>26</sup> Collantes (2015).

consumidor. Con todo, no parece descabellado tener en mente, al menos como hipótesis de partida, la posibilidad de que este cambio en las preferencias de los consumidores estuviera ligado al modo en que la recesión les forzó a reconsiderar su cesta de la compra de manera integral (para todos los productos), así como al modo en que aquella indujo cambios socioculturales que paralelamente iban acomodando dicha reconsideración en tiempos de austeridad.

De manera mucho más brusca de lo que habría cabido esperar desde casi cualquier patrón de ciclo de vida imaginable, los consumidores perdieron interés en los yogures. Como ya les venía ocurriendo con la leche desde tiempo atrás, el hecho de que su poder adquisitivo para comprar yogures estuviera fortaleciéndose les resultaba irrelevante. Las cosas no llegaron tan lejos en el caso del queso, pero la tímida revitalización que su factor de respuesta había experimentado en 1990-2008 se vino abajo. Los consumidores comenzaron entonces a situarse en la zona hacia la que parecían dirigidos antes de los años noventa: una zona de atonía en la que las mejoras en su poder adquisitivo apenas se canalizaban ya hacia un mayor consumo de queso. De la vigorosa oleada previa a la Gran Recesión tan solo quedaban en pie los llamados “otros lácteos”. Se trataba en su mayor parte de los derivados con mayor grado de procesamiento y, por lo general, con las fechas más recientes de aparición en el mercado. En su caso, los consumidores continuaron mostrando un apreciable interés. Aunque su factor de respuesta cayó tras la Gran Recesión, lo cierto es que lo hizo de manera moderada, en línea con un patrón convencional de ciclo de vida de los productos.

## **VI**

Al mismo tiempo que, a lo largo de las últimas décadas, la dieta mediterránea se consolidaba entre los nutricionistas como principal ejemplo real de dieta saludable, los consumidores del Sur de Europa tendían a alejarse de ella. Aunque en ocasiones se retrata este alejamiento en términos del aumento del consumo de carne y otros alimentos de origen animal, otra dimensión importante es el aumento en el consumo de alimentos altamente procesados. De

hecho, así como hay signos claros de que en los últimos años los consumidores mediterráneos están comenzando a moderar su consumo de carne, no puede decirse lo mismo para el consumo de alimentos altamente procesados. Dado que estos últimos tienen precios por unidad de energía y nutriente claramente superiores a los de sus equivalentes naturales o poco procesados, nos encontramos ante la paradoja de unos consumidores que realizan un gasto excedente (es decir, un gasto que va más allá del patrón básico nutricionalmente satisfactorio) y, sin embargo, tienden a ver deteriorada su salud nutricional. Aunque el problema es común a todo el Norte global, llama especialmente la atención en los feudos históricos de la dieta mediterránea y, dentro de estos, puede percibirse con especial claridad en casos como el de los productos lácteos en España.

Hacia 1990, tras décadas de progreso en lo que el ministro franquista Alberto Ullastres había llamado en su momento “la batalla de la leche”, el consumo de leche se había masificado y, en combinación con una modesta cesta de derivados lácteos sencillos (como quesos locales y yogures naturales), podía considerarse satisfactorio desde el punto de vista nutricional. ¿Por qué entonces decidieron los consumidores embarcarse en una “nueva batalla láctea”, sobre todo hasta el estallido de la Gran Recesión? ¿Por qué realizar, incluso tras la recesión, un sustancial gasto excedente en la compra de yogures complejos o postres refrigerados altamente procesados? En línea con el planteamiento del economista Louis Malassis, conviene ver estas transformaciones en los “modelos de consumo alimentario” como resultado de la confluencia de cambios propiciatorios en diferentes esferas: la macroeconómica del conjunto del país, la meso- y microeconómica del sistema alimentario, y el entorno social y cultural.

Al menos hasta 2008, el cambio macroeconómico fortaleció el poder adquisitivo de la mayor parte de consumidores, cuyo nivel de renta creció apreciablemente. La transformación de la cadena láctea, por su parte, también operó en el mismo sentido. La capitalización, la innovación tecnológica y el ajuste estructural fueron las premisas de una clara reducción en el precio relativo de los distintos productos lácteos a medio plazo. Además, y aunque el tema no ha sido explorado en este artículo, la historia empresarial del sistema alimentario también fue clave a la hora de conformar el espacio de elección a que se enfrentaban los consumidores: la industria láctea se orientó crecientemente

hacia innovaciones de producto que le permitieran mantener ciertos márgenes de rentabilidad en medio de la contracción de la demanda “clásica” y la creciente presión de precios ejercida por unos supermercados cada vez más influyentes en la economía política del sistema alimentario español. Finalmente, una amplia gama de factores sociales y culturales parece haber actuado sobre las predisposiciones y orientaciones de los consumidores, volviéndolos (sobre todo hasta la Gran Recesión) más propensos de lo que habría cabido esperar a canalizar su creciente poder adquisitivo hacia una reorientación de su cesta de la compra láctea.

Aunque existen vínculos que ligan unas esferas con otras, y por tanto estas hasta cierto punto co-evolucionan juntas, cualquiera de ellas tiene un grado de autonomía apreciable con respecto a las demás. Dentro de ese planteamiento, aunque la mejora del poder adquisitivo de los consumidores es un factor importante, llama especialmente la atención el papel desempeñado por la mayor o menor orientación de los consumidores a utilizar dicho poder adquisitivo para transitar hacia una cesta de la compra que entendían superior. Entre 1990 y 2008, esta predisposición fue verdaderamente notable en lo que se refiere a los yogures y otros postres refrigerados (y, de manera más moderada, también al queso). Tanto es así que, cuando en los años previos al estallido de la Gran Recesión, una coyuntura alcista de los precios contrajo el poder adquisitivo de los consumidores para comprar estos productos, aquellos continuaron incorporándolos animadamente a su cesta de la compra. Por otra parte, la Gran Recesión sin duda dañó el poder adquisitivo de los consumidores, pero, teniendo en cuenta la tendencia de los precios lácteos a continuar cayendo, lo hizo en menor medida y de manera menos duradera de lo que quizá podría pensarse. La razón principal por la que los consumidores tendieron entonces a detener su viaje hacia un patrón más sofisticado de consumo lácteo fue que perdieron buena parte de su interés en seguir canalizando las ganancias de poder adquisitivo hacia tal fin.

Este artículo ha iluminado el papel de la mayor o menor sensibilidad del consumo ante variaciones del poder adquisitivo, pero no ha aportado gran cosa en cuanto al análisis de sus causas. Se intuye, sobre todo hasta la Gran Recesión, la influencia de un entorno socio-cultural poderosamente influido entre otros factores por la publicidad empresarial y las imágenes sociales de los



lácteos de nueva generación. También se intuye que la coyuntura macroeconómica no solo influye sobre el poder adquisitivo de consumidores, sino también sobre sus actitudes y preferencias. El drástico cambio de coyuntura que sobrevino a partir de 2008 debió de generar una presión tan fuerte por reestructurar los presupuestos familiares que indujo una clara pérdida de interés de los consumidores por el queso y, sobre todo, por los yogures (no así por los lácteos con mayor grado de procesamiento). Más allá de estas intuiciones, se necesita una investigación sistemática sobre la evolución de los factores de respuesta del consumo antes y después de 2008. En el plano cuantitativo, los cálculos que hemos presentado aquí para el consumidor medio podrían replicarse para distintos perfiles de consumidor en función su estatus socioeconómico, su región de pertenencia, el carácter urbano o rural del poblamiento, o su cohorte generacional. Las variaciones que aquí se encuentren pueden dar muchas pistas sobre las causas por las que los factores de respuesta para el consumidor medio se movieron de la manera en que lo hicieron. Además, y paralelamente, es posible apoyarse en una gran cantidad de material cualitativo, procedente por ejemplo de publicaciones profesionales del sector como *Revista Española de Lechería* o *Industrias Lácteas Españolas*, para desentrañar los anhelos, ansiedades y mentalidades que modelaron el comportamiento de los consumidores.

## REFERENCIAS

- Chiapparino, F. (1995): "Industrialization and food consumption in united Italy", en A. P. den Hartog (ed.), *Food technology, science and marketing: European diet in the twentieth century*, East Linton, Tuckwell.
- Collantes, F. (2015b): "Más allá de los promedios: patrones de segmentación del consumo de productos lácteos en España, 1964-2006", *Investigaciones de Historia Económica*, 11 (2).
- Collantes, F. (2017): *La economía española en 3D: oferta, demanda y largo plazo*, Madrid, Pirámide.
- Collantes, F. (2019a): "Why did the industrial diet triumph? The massification of dairy consumption in Spain, 1965-90", *Economic History Review*, 72 (3).
- Collantes, F. (2019b): "From organized to disorganized capitalism? Market versus nonmarket coordination in Spain's dairy chain", *Journal of Agrarian Change*, 19 (2).
- Collantes, F. (2020): "Calidad alimentaria, transición nutricional y capitalismo lácteo en España (1965-1990)", *Ayer*, 118.

- Collantes, F. (2022): "Working on a Galbraith moment: product innovation and upgrading in Spain's dairy chain", comunicación para el 25.º Congreso Annual de la European Business History Association (Madrid).
- Collantes, F. (en prensa): "From massification to upgrading: a long-run view of recent trends in dairy consumption in Spain", en L. Herment, C. Martiin, L. Fernández Prieto y D. Lanero (eds.), *From breeding and feeding to medicalization: animal farming, veterinarianization and consumers in twentieth-century Western Europe*, Turnhout, Brepols.
- Cussó, X. (2005): "El estado nutritivo de la población española 1900-1970. Análisis de las necesidades y disponibilidades de nutrientes", *Historia Agraria*, 36.
- Cussó, X. and Garrabou, R. (2009): "Dieta mediterránea y transición nutricional moderna en España", en L. Germán, R. Hernández y J. Moreno (eds.), *Economía alimentaria en España durante el siglo XX*, Madrid, Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.
- Cussó, X., Gamboa, G. y Pujol, J. (2018): "El estado nutritivo de la población española, 1860-2010: una aproximación a las diferencias de género y generacionales", *Nutrición Hospitalaria*, 35 (extra 5).
- del Arco, M. A. y Anderson, P. (eds.) (2021): *Franco's famine: malnutrition, disease and starvation in post-Civil War Spain*, Nueva York, Bloomsbury.
- Delgado, P. (2022): "Del exceso a los alimentos procesados: evolución del consumo de carne en España desde la segunda mitad del siglo XX", presentado en el Seminario Anual de la SEHA 2021 (Madrid).
- Díaz Méndez, C. and Gómez Benito, C. (2004): "El consumo alimentario en España", en F. Molinero, R. Majoral, J. M. García Bartolomé y G. García (coords.), *Atlas de la España rural*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Freeman, C. y Louçã, F. (2001): *As time goes by: from the industrial revolutions to the information revolution*, Oxford, Oxford University Press.
- González de Molina, M., Soto, D., Guzmán, G., Infante-Amate, J., Aguilera, E., Vila, J. y García, R. (2020): *The social metabolism of Spanish agricultura, 1900-2008: the Mediterranean way towards industrialization*, Cham, Springer.
- Goodman, D. and Redclift, M. (2005): "Modernisation and the international food system: re-articulation or resistance", en C. Sarasúa, P. Scholliers y L. van Molle (eds.), *Land, shops and kitchens: technology and the food chain in twentieth-century Europe*, Turnhout, Brepols.
- Granovetter, M. (1985): "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91 (3).
- Hodgson, G. M. (1998): "The approach of institutional economics", *Journal of Economic Literature*, 36 (1).
- Keynes, J. M. (1930): "Economic possibilities for our grandchildren", en L. Pecchi y G. Piga (eds.), *Revisiting Keynes: economic possibilities for our grandchildren*, Cambridge, MIT Press (2008).
- Langreo, A. (2005): "El sistema alimentario español desde la perspectiva de los sectores productivos (I)", *Distribución y Consumo*, 81.
- Langreo, A. (2006): "Entre los nuevos productos, la calidad estándar y los productos de calidad diferencial. El ejemplo del sector lácteo: leche de consumo, refrigerados y quesos", *Distribución y Consumo*, 85.
- Langreo, A. y García Azcárate, T. (2021): "El papel de la estrategia de la industria y la distribución alimentaria en el consumo. La experiencia española", en C. Díaz-Méndez e I. García-Espejo (coords.), *El malestar con la alimentación*, Gijón, Trea.
- Ljungberg, J. (ed.) (2016): *Structural analysis and the process of economic development*, Abingdon, Routledge.
- Malassis, L. (1997): *Les trois âges de l'alimentaire: essai sur une histoire sociale de l'alimentation et de l'agriculture*, Paris, Cujas.

- Maluquer de Motes, J. (2013): "España en el país de las maravillas. La nueva Gran Depresión de la economía española", en E. Llopis y J. Maluquer de Motes (coords.), *España en crisis: las grandes depresiones económicas, 1348-2012*, Barcelona, Pasado y Presente.
- Martínez-Carrión, J. M., Cámara, A. D. y Ramon-Muñoz, J. M. (2018): "Nutrición y desigualdad en el largo plazo: ¿qué enseña la historia antropométrica sobre España", *Nutrición Hospitalaria*, 35 (extra 5).
- Martins, N. O. (2014): *The Cambridge revival of political economy*, Abingdon, Routledge.
- Nestle, M. (2000): "The Mediterranean (diets and disease prevention)", en K. F. Kiple y K. C. Ornelas (eds.), *The Cambridge world history of food*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Oddy, D. J., Atkins, P. J. y Amilien, V. (eds.) (2009): *The rise of obesity in Europe: a twentieth century food history*, Abingdon, Routledge.
- Pollan, M. (2008): *In defense of food*, Nueva York, Penguin.
- Prados de la Escosura, L. (2017): *Spanish economic growth, 1850-2015*, Londres, Palgrave.
- Pujol, J. and Cussó, X. (2014): "La transición nutricional en Europa occidental, 1865-2000: una nueva aproximación", *Historia Social*, 80.
- Revista Española de Lechería* (1960): "Información", *Revista Española de Lechería*, 38.
- Roncaglia, A. (2006): *The wealth of ideas: a history of economic thought*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Valenze, D. (2011): *Milk: a local and global history*, New Haven, Yale University Press.
- Velten, H. (2010): *Milk: a global history*, Londres, Reaktion Books.